

EMPREENDEDORISMO DE MINORIAS LGBT:

Contexto e Antecedentes da Orientação Empreendedora

Resumo:

Entender o contexto e os antecedentes do empreendedorismo de minorias tem despertado o interesse de pesquisadores nos últimos anos. Contudo, poucos estudos focaram seus esforços para a minoria Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros (LGBT). Visando esta lacuna, o presente estudo tem como objetivo identificar o contexto e os antecedentes da orientação empreendedora (OE) dos empresários de minoria LGBT, através de um estudo qualitativo, com entrevistas semiestruturadas com seis empresários pertencentes a esta comunidade de minorias. Tendo por base o referencial das teorias da marginalização e da orientação empreendedora individual (OEI), pode observar-se como resultado que em sua maioria, este tipo de empreendedores LGBT sofre discriminação em ambientes socionormativos de trabalho e isso pode afetar direta ou indiretamente a sua vontade de empreender. Outra reflexão sobre os resultados está ligada ao sentimento de libertação que esses indivíduos sentem ao declararem abertamente a sua sexualidade, criando uma confiança capaz de motivá-los a empreender. Constatou-se, ainda, que a busca pelo sucesso dessas minorias seja vista para além do simples status ou objetivos financeiros. O presente estudo propõe um modelo conceptual e proposições para estudos futuros.

Palavras-Chave: Minorias; empreendedorismo; orientação empreendedora; LGBT.

1. Introdução

Na literatura de minorias é comum examinar as oportunidades de trabalho e sua participação no contexto econômico da região em que estão inseridos, porém ainda não existe clareza em como essas minorias se inserem no contexto específico de empreendedorismo (Boyd, 2018; Pisani *et al.*, 2017; Ojo, Nwankwo & Gbadamosi, 2013). Analisando a literatura de empreendedorismo de minorias, foi possível observar que a grande maioria dos artigos trata do empreendedorismo de minorias étnicas, muito devido ao aumento da imigração presente nos países desenvolvidos, países como EUA e Reino Unido, que se apresentaram com maior número de empreendedores étnicos (Deakins *et al.*, 2007; Pisani *et al.*, 2017; Shelton & Minniti, 2018). Além das minorias étnicas, as minorias raciais (Boyd, 2018) e de gênero (mulheres) também possuem uma considerável representação de estudos, tanto em análises quantitativas quanto, na maioria dos casos, estudos qualitativos (Pio & Dana, 2014; Ojo, Nwankwo & Gbadamosi, 2013; Jones *et al.*, 2012). Porém, poucos estudos abordam as minorias no âmbito da sexualidade dos indivíduos, ou seja, os grupos LGTB (lésbicas, gays, transexuais e bissexuais) (Colgan *et al.*, 2007; Liberato *et al.*, 2018; Gorman-Murray & Nash, 2017). Para corroborar com essa perspectiva, o estudo de Gallway (2011) evidencia grandes lacunas que a literatura de minorias ainda apresenta ao deixar de abordar: as experiências dessa minoria na abertura de novas empresas; os motivos que os levam a abrir um negócio;

como os *stakeholders* lidam com essa minoria em contextos empreendedores; dentre outras (Nam Cam Trau & Hartel, 2004).

Alguns estudos já analisaram a participação dessas minorias no ambiente de trabalho, percebendo a dificuldade que muitos possuem em declarar sua opção sexual, mesmo em empresas que aparentemente possuem uma aceitação e predisposição para com as minorias (Rumens & Kerfoot, 2009). A própria teoria da marginalização procura lançar luz sobre essa questão, contudo, ainda não é claro se esse fator é determinante para influenciar a orientação empreendedora desses indivíduos, nem se essa orientação empreendedora se dá por necessidade ou oportunidade (Gardberg & Newbury, 2013). Portanto, torna-se evidente a necessidade de novos estudos que busquem entender os motivos que levam essa minoria a tratar o empreendedorismo como uma opção viável de carreira.

Dessa forma, o presente estudo aborda as principais lacunas identificadas sobre empreendedorismo das minorias LGBT, tendo como objetivo identificar o contexto e os antecedentes da orientação empreendedora individual (OEI) dos empresários de minoria LGBT. A fim de responder esse objetivo, foi realizada uma pesquisa qualitativa, através de entrevistas com seis empresários LGBT no Brasil. Como principais resultados dessa pesquisa, foi possível identificar como a OEI se comporta no contexto de empreendedorismo LGBT, além de evidenciar como essa minoria adapta tais conceitos para sua realidade. Destaca-se a relação entre assumir riscos de empreender com o risco de assumirem sua opção sexual, a busca pelo sucesso como uma forma de blindar o preconceito, tendo como base para atingir esse objetivo a proatividade e a inovação. Por fim, o presente estudo propõe um modelo conceptual e proposições para estudos futuros.

Com base em tais resultados, o presente estudo visa contribuir para a literatura de empreendedorismo no contexto de minorias, trazendo uma nova perspectiva do que motiva a orientação empreendedora (OE) da minoria LGBT. O foco nas atividades empreendedoras de minorias LGBT oferece uma nova faceta à crítica de gênero e de opção sexual, enquanto desafia os pressupostos heteronormativos contemporâneos (Marlow *et al.*, 2018).

2. Referencial Teórico

2.1. Contexto LGBT e a Teoria da Marginalização

O estudo de Gallway (2011) evidencia grandes lacunas que a literatura de minorias ainda apresenta ao não abordar as experiências dessa minoria na abertura de novas empresas; os motivos que os levam a abrir um negócio; como os *stakeholders* lidam com essa minoria em contextos empreendedores; dentre outras. A aceitação de preferências pelo mesmo sexo em muitas economias avançadas é cada vez mais comum (Meyer, 2016), mas persistem atitudes e preconceitos discriminatórios (Kite & Bryant-Lees, 2016; Worthen *et al.*, 2017). A teoria da marginalização serve como um fio condutor trazendo uma explicação para o fenômeno de grupos isolados, que não possuem necessariamente os padrões normativos impostos pela sociedade e muitas vezes enraizado nas organizações (Arnold, 1995; Gardberg & Newbury, 2013; Adom, 2014; Williams & Horodnic, 2015).

Grupos marginalizados são aqueles que de alguma forma não se enquadram nos padrões que vigoram em uma determinada sociedade e período. Em diversos momentos da história foi possível observar o preconceito que determinados grupos sofreram, sendo eles por causa da etnia, raça, gênero ou sexualidade (Scott, 1986; Gardberg & Newburry, 2013; Williams & Horodnic, 2015). Um desses grupos marginalizados são as Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais (LGBT), devido a sua orientação sexual fora dos padrões definidos pela sociedade. Na literatura de minorias LGBT é comum examinar as oportunidades de trabalho e sua participação no contexto da empresa em que estão inseridos, porém ainda não existe clareza em como essas minorias se inserem no contexto específico de empreendedorismo (Correia & Kleiner, 2001; Gacilo *et al.*, 2018).

A orientação sexual é uma peça importante de uma pessoa, porém, se não for o esperado pelo padrão da sociedade pode ser visto com olhares discriminatórios. O estudo de Plöderl e Tremblay (2015) demonstra que a maioria dos estudos revisados relatou níveis ou taxas elevados de problemas de saúde mental para indivíduos dessas minorias, incluindo depressão, ansiedade e tentativas de suicídio. Essa discriminação é exemplificada muitas vezes em ambientes de trabalho, que são cenários cheios de regras, padrões e estruturas sionormativas, geralmente baseadas, em sua construção, na heterossexualidade (Kirty, 2006). Pensando nesse aspecto, profissionais LGBT tendem a ter uma dificuldade em se adaptar da mesma forma que os hteros nesses ambientes (Kite & Bryant-Lees, 2016; Worthen *et al.*, 2017). O estudo de Nam Cam Trau e Hartel (2004) evidenciou que esses têm que lidar com as expectativas da sociedade e a intolerância em relação à homossexualidade. Brennan *et al.*, (2012), demonstram, através de um estudo quantitativo, evidências de um potencial efeito aditivo de marginalização social em mulheres jovens transgêneros e apontam o quanto os fatores de marginalização afetam aspectos psicológicos e sociais.

2.2. Orientação Empreendedora: da empresa para o indivíduo

O primeiro conceito relevante para esse estudo é entender que o comportamento empreendedor é uma determinante chave do desempenho (Lumpkin & Dess, 1996; Kollmann *et al.*, 2017; Kallmuenzer *et al.*, 2019). Isto é, uma empresa que consegue ter uma junção de comportamentos empreendedores consegue estar um passo a frente dos demais concorrentes, ou seja, empresas com uma orientação definida para o empreendedorismo conseguem se destacar das demais (Kallmuenzer *et al.*, 2019). A orientação empreendedora (OE) pode ser definida no nível organizacional como processo que engloba métodos, práticas e tipos de tomada de decisão, a fim de otimizar e aprimorar o desempenho organizacional (Lumpkin & Dess, 1996; Miller, 1983; Popov *et al.*, 2019). Além disso, a OE é um construto latente e multidimensional, podendo ser explicado por cinco dimensões, propostas por Lumpkin e Dess (1996): inovação, assunção de riscos, proatividade, autonomia e agressividade competitiva.

A OE foi por muito tempo definida e aplicada somente no nível organizacional, mas ao longo do tempo foi possível verificar que a OE pode existir tanto ao nível da empresa como ao nível dos indivíduos (Lumpkin & Dess, 1996; Miller, 1983, Degennaro, Wright & Panza, 2016). Embora a OE tenha sido tradicionalmente analisada e medida ao nível da empresa, é tão importante quanto analisar a OE ao nível individual- orientação empreendedora individual (OEI), uma vez que pode existir relações não apenas dentro das

empresas, mas também na criação de novos empreendimentos e produtos, geração de empregos, dentre outros (Degennaro, Wright & Panza, 2016; Ferreira *et al.*, 2017; Popov *et al.*, 2019).

Sobre as dimensões e análises da OEI, Bolton e Lane (2012) tomaram como base o estudo de Lumpkin e Dess (1996) e propuseram uma escala direcionada para a OEI. Após sua avaliação em amostras de estudantes e empreendedores, apenas três dimensões foram mantidas: assunção de riscos, inovação e proatividade (Popov *et al.*, 2019). Como exemplo, o estudo de Degennaro, Wright e Panza (2016) analisou que as três dimensões da OEI (tomada de risco, proatividade e inovação) exercem efeitos diferentes nos resultados da equipe, especialmente quando analisamos a diversidade, e enfatiza a importância de considerar a OEI como um conceito multidimensional. Embora consideremos cada uma dessas dimensões como saliente para um OEI, essa discussão também reflete o argumento de que elas podem variar independentemente em um determinado contexto (Lumpkin & Dess, 1996). Para melhor entendimento, cada uma das dimensões deve ser analisada individualmente face ao contexto LGBT da presente investigação.

Tomada de risco: Pode entender-se que a propensão ao risco por parte do indivíduo é peça chave para considerar um direcionamento empreendedor. Junto com esse tipo de trabalho, podendo ser considerado como de autônomo, ou seja, trabalhar para si mesmo, se tem a ideia geral de assumir riscos pessoais (Kallmuenzer *et al.*, 2019; Lumpkin & Dess, 1996; Degennaro, Wright & Panza, 2016). Ao transportar essa dimensão para o contexto da marginalização LGBT, pode-se extrapolar para além do risco financeiro e profissional, mas direcioná-lo para o âmbito pessoal, algo que é comum no cotidiano desse grupo marginalizado.

Proatividade: É um conceito amplamente discutido na literatura do empreendedorismo, conceito esse que se mistura com iniciativa, engajamento, coragem, dentre outros (Schumpeter, 1942; Lumpkin & Dess, 1996; Degennaro, Wright & Panza, 2016). Pode-se entender que essa dimensão para a OEI refere-se à visão e tomada de decisão a frente dos demais concorrentes (Kollmann *et al.*, 2017; Lumpkin & Dess, 1996). Sob a ótica da minoria LGBT, pode entender-se a mesma premissa de estar à frente dos demais e a necessidade de agir mesmo em condições aparentemente adversas. Essa característica de se antecipar aos mercados, concorrentes e tendências, deve estar presente na vida de um empreendedor, assim como no contexto das minorias.

Inovação: É amplamente estudada no contexto empreendedor, pois para muitos é considerada como o fator chave para a criação de novos bens ou serviços, que podem mudar um cenário ou mercado existente e fazer com que impulsionem a evolução das economias (Schumpeter, 1942; Lumpkin & Dess, 1996). Assim, esta dimensão é importante como uma característica da OEI, como grande chave para se destacar no mercado e alcançar um sucesso no negócio. No contexto LGBT, torna-se um meio para se chegar ao sucesso, algo que é tratado como uma forma de mudar o patamar marginal existente por grupos marginalizados.

3. Métodos

A fim de responder ao objetivo desse estudo, foi realizada uma análise qualitativa, através de um método de entrevistas semiestruturadas com seis empreendedores LGBT no Brasil. A justificativa para uma investigação qualitativa inclui que uma riqueza de dados foi buscada e que essa profundidade seria mais bem capturada por meio de entrevistas conversacionais semiestruturadas, além disso, por ser uma área ainda pouco explorada, precisa de estudos que sustentem pesquisas quantitativas futuras (Kirby, 2006). Além disso, esse tipo de entrevista permite que o pesquisador faça perguntas de acompanhamento, e conduza as entrevistas mediante as experiências e aberturas expostas pelos entrevistados.

Assim, essa metodologia teve como foco identificar como foi a trajetória profissional, desde possivelmente empregado em trabalhos formais, até o momento decisório por empreender, assim como visa identificar as dimensões da OEI. Além disso, visa ainda detalhar a participação dos mesmos nos contextos antes e depois de empreender e como a sua sexualidade pode ter influenciado ao longo de suas decisões. Portanto, a população-alvo foi constituída por empreendedores da minoria LGBT, tendo como técnica a bola de neve, onde participantes indicam outros perfis para continuidade e garantia de um número considerável de respondentes. Essa técnica foi escolhida devido à possibilidade de dificuldade em acessar tais indivíduos (Galloway, 2012). No geral, o tamanho da amostra será limitado pelo tempo, pelas restrições de recursos e pelo esgotamento dos contatos.

As entrevistas foram realizadas através de uma ferramenta de chamada em vídeo virtual, devido à inviabilidade de contato presencial, porém garantindo a confidencialidade e a confiança. A abordagem da entrevista foi informal e de conversação para proporcionar detalhamento e os entrevistados foram encorajados a falar livremente e longamente (Galloway, 2012). O guia das entrevistas foi formado por perguntas abertas, com foco em identificar as razões que os levaram a iniciar um negócio, como foi à vida profissional antes de iniciar a carreira empreendedora, sua classe social passada e atual e status socioeconômico, suas expectativas para o futuro enquanto indivíduo e para o futuro do negócio (Valdez, 2016). Além disso, foram levantados dados demográficos e pessoais para apoiar o estudo, incluindo dados sobre a idade, escolaridade, revelação e status de relacionamento do entrevistado. Por fim, para a análise dos resultados, as entrevistas foram ouvidas repetidas vezes e depois transcritas em um arquivo de palavras.

4. Resultados

4.1. Perfil dos respondentes

A fim de identificar o perfil dos entrevistados nessa amostra, foram realizadas algumas perguntas demográficas e sobre as características dos respectivos negócios. Como resultados de mais de três horas de entrevistas recorrente de seis entrevistados, é possível identificar alguns padrões para a amostra (tabela 1). Primeiramente, é possível observar que os respondentes estão em uma mesma faixa etária, entre 28 e 32 anos. Outro fator de caracterização da amostra foi a maioria de gays, esse resultado pode ter resultado do tipo de técnica utilizada de bola de neve, em que os respondentes indicam outras pessoas. Dando

continuidade, a amostra é caracterizada por entrevistados que possuem ensino superior ou em curso (o entrevistado está finalizando o curso), sendo que somente dois (RP02 e RP03) fizeram a primeira escolha de carreira e empreenderam no mesmo mercado, outros dois (RP03 e RP05) fizeram uma segunda faculdade e empreenderam em seguida e dois (RP01 e RP 06) empreendem em mercados fora da sua formação.

Observou-se que todos os respondentes possuem uma empresa configurada como Micro Empreendedor Individual (MEI), que é representada por um único dono, com simplificação fiscal e limite de faturamento de 81mil reais por ano. Sobre o mercado de atuação, foi comum entre os respondentes Além disso, foi possível identificar na fala dos respondentes que áreas que permitem a criatividade e a liberdade estão entre as principais escolhas, por isso, os mercados de moda, vestuário e arquitetura estiveram presentes.

Por fim, a amostra demonstrou uma média de três anos aproximadamente do negócio até então, pois todos estão com os negócios ativos.

Tabela 1 – Perfil dos respondentes

Respondente	Duração da Entrevista	Idade	Gênero	Sexualidade	Estado Civil	Escolaridade	Tipo de Empresa	Mercado de Atuação	Tempo como empreendedor
RP01	28:34 min	28	Homem	Gay	Solteiro	Superior Cursando	MEI	Alimentício	2 anos
RP02	39:38 min	29	Homem	Gay	Solteiro	Superior Completo	MEI	Moda	3 anos
RP03	33:38 min	30	Homem	Gay	Solteiro	Superior Completo	MEI	Moda	4 anos
RP04	40:26 min	29	Mulher	Lésbica	Relação Estável	Superior Completo	MEI	Moda	6 anos
RP05	25:33 min	32	Homem	Gay	Relação Estável	Superior Completo	MEI	Arquitetura	3 anos
RP06	22:23 min	31	Homem	Gay	Relação Estável	Superior Completo	MEI	Vestuário	1,5 ano

4.2. Contexto das minorias LGBT

Diversos estudos analisaram que o trabalho autônomo muitas vezes é uma resposta a não adaptação de minorias ao ambiente socionormativo, ou seja, aos padrões que normalmente são pensados sem a visão de inclusão das minorias (Boyd, 2018; Ojo, Nwankwo & Gbadamos, 2013). Estudos anteriores analisaram que minorias situadas à margem da sociedade realmente tendem a enxergar a possibilidade de empreender como sendo uma saída para as dificuldades enfrentadas tanto na busca por bons empregos, quanto para crescer e construir carreiras de sucesso nessas empresas. No caso de minorias LGBT, poucos estudos focaram em examinar esse fator, somente o estudo de Galloway (2012) que analisou a experiência de gays no Reino Unido e o estudo de Brennan *et al.* (2012), sobre a marginalização de mulheres transgêneros e sua marginalização social.

O resultado de tensões entre a maior aceitação social dessas minorias e a existência de discriminação é importante para o empreendedorismo se essa discriminação motivar a atividade empreendedora (Galloway, 2012). No presente estudo, os respondentes foram questionados quanto aos empregos e funções que passaram antes de decidirem por empreender, que tipos de ambientes enfrentavam se passaram por situações de preconceito e sobre como se sentiam, se incluídos ou não nos ambientes. Todos os seis entrevistados já haviam trabalhado em empregos formais anteriormente e informaram já ter presenciado um ou mais atos de preconceito, com sigilo ou com algum outro empregado homossexual, como ilustrado nas falas de alguns entrevistados:

Quando trabalhei em uma escola de ensino superior, meu chefe era extremamente preconceituoso, ele olhava as redes sociais e comentava gracinhas, por exemplo, quando me vesti de mulher no carnaval, ele chegou à reunião e disse que funcionário homem da empresa não podia usar saia, nem de brincadeira (RP03).

Outro entrevistado, que antes de empreender na área de arquitetura trabalhou em indústria devido à formação anterior, exemplifica com a seguinte fala:

Eu não era assumido na época, mas um colega de trabalho sim, em vários momentos de almoço ou conversa informal, os outros funcionários riam e faziam piadas, falando que ele era bixa e viado. Isso era muito ruim, pois eu ficava imaginando se falavam o mesmo de mim (RP05).

Esses relatos corroboram com o estudo de Kirby (2006), que evidenciou a discriminação sofrida por minorias LGBT no ambiente de trabalho e o impacto disso na vida dos mesmos e nas suas carreiras. Por outro lado, mesmo com esses relatos, para quatro dos entrevistados, esse não foi o principal fator para deixarem os empregos, conforme referido pelo entrevistado RP06:

Eu já presenciei atos discriminatórios com outras pessoas, mas isso não me influenciou a abrir o meu negócio. Na minha visão, o principal fator foi a possibilidade de maiores ganhos financeiros (RP05).

Para esses indivíduos, mesmo trabalhando em um cenário de discriminação, fatores como a busca de novos desafios e oportunidade de melhores ganhos financeiros foram destacados como motivos para desligamento. Essa perspectiva de que a discriminação não é um fator negativo ou nesses casos menos percebidos, pode ser melhor entendido no estudo de Gacilo *et al.* (2018), onde discutem que os indivíduos LGBT podem perceber suas diferenças como algo vantajoso, ou seja, ter uma perspectiva única pode ser positivo para a carreira. Outros dois respondentes que sofreram o preconceito de forma mais direta, relataram que o ambiente de trabalho era insustentável e que preferiram pedir demissão a continuar sofrendo o preconceito direto.

Essa diferença na percepção pode ser influenciada pelo tipo de preconceito sofrido, podendo ser direto ou indireto, assim como explícito ou velado, no sentido de ser tão evidente, mas com pequenas ações (Kirby, 2006). Por fim, todos os entrevistados informaram que em suas experiências a sexualidade teve uma influência na decisão de empreender. Para

uns essa influência foi direta e para outro, indireta. As falas dos respondentes RP01 e RP06 respectivamente:

Na minha opinião a minha sexualidade foi fundamental para minha vontade de empreender, eu nunca me senti bem trabalhando em estruturas formais, precisava de algo que me gerasse flexibilidade e autonomia (RP01).

A minha sexualidade me ajudou muito no momento de empreender, meu negócio é vestuário e todas as decisões, conceitos e criações estão ligadas a minha sexualidade, então com certeza a sexualidade teve um papel de destaque na hora do meu planejamento (RP06).

4.3. Antecedentes da OEI no contexto LGBT

Tomada de Risco: Ao longo da vida de minorias LGBT, se assumirem perante a sociedade é sempre uma atitude difícil e que leva muitas vezes a optarem por omitir a sexualidade nos ambientes formais de trabalho (Kirby, 2006). A própria teoria da marginalização apresenta diversos fatores de não adequação ao modelo tradicional de sociedade e principalmente ambientes de trabalho, onde as regras precisam ser cumpridas, ou dificilmente se terá sucesso ou longevidade na empresa (Kallmuenzer *et al.*, 2019). Nesse estudo, foi questionado se os entrevistados eram assumidamente homossexuais, se sim, em qual momento e como essa escolha impactou a vida profissional do mesmo. Além disso, foram questionados os motivos, os fatores e as ponderações para tomarem essa decisão (Degennaro, Wright & Panza, 2016). Foi possível observar uma correlação com a posição em que essas minorias se apresentam para a sociedade e a coragem para lagar um trabalho ou empreender. Com base nas entrevistas, todos os entrevistados disseram ser assumidos e que isso serve como uma libertação, influenciando como os mesmos enfrentam os demais problemas profissionais. Essa perspectiva fica evidente na fala do entrevistado RP05:

No momento em que tive coragem de me assumir gay para minha família e amigos me senti liberto e depois que você vê que não é aquele fantasma todo o medo vai embora, assim como o medo de fazer aquilo que você tem vontade, que no meu caso era empreender (RP05).

Ainda nesse sentido, o momento de se assumir pode ser encarado de forma diferente, sendo afetado por diversos fatores como família, carreira, escolas que frequentou, amigos, etc. Com base na amostra de entrevistados, foi possível observar essa diferença, como ilustra as frases dos entrevistados RP02 e RP01 respectivamente:

Pra mim foi muito tranquilo assumir, foi bastante natural, pois meus pais sempre dialogaram muito em casa e já percebiam desde novo. Meu pai me ajudou a entender e me apoiou quanto escolhi o curso de moda como primeira opção (RP02).

Minha mãe faleceu quando eu era novo e eu nunca tive coragem para conversar com meu pai, mas depois que contei para os meus amigos acabou sendo natural e eu não

precisei expor com palavras, mas hoje com certeza ele sabe e a mesma coisa aconteceu nos trabalhos que tive (RP01).

Proatividade: No presente estudo, se optou por identificar quais eram as principais ambições e desejos que tiveram ao optarem por empreender, além de perceber se os mesmos tomaram atitudes a fim de antecipar problemas, necessidades ou mudanças futuras (Kollmann *et al.*, 2017; Lumpkin & Dess, 1996). Os relatos de todos os entrevistados foram similares, todos buscavam de forma muito intensa o sucesso, no sentido de reconhecimento da palavra (Nam Cam Trau & Hartel, 2004). Os entrevistados demonstraram uma correlação entre o sucesso e a diminuição do preconceito, na visão dos mesmos, ser um profissional reconhecido, de sucesso serviria como uma barreira para as discriminações sofridas anteriormente, isso fica evidente em algumas falas:

Para combater os preconceituosos, seja melhor que eles. A gente busca ser bem sucedido para não passar por certas situações. (RP01).

Me tornar alguém de sucesso me faz ter acesso a lugares e pessoas que possuem menos preconceito, ou pelo menos, reconhecem primeiro o sucesso e não a opção sexual (RP03).

Além disso, foi possível identificar que essa busca pelo sucesso acontece como uma antecipação às situações de discriminação que os mesmo imaginam para ao longo de toda a vida profissional. Dessa forma, como uma ação de proatividade, considerando dificuldades de uma carreira profissional em ambientes heteronormativos, buscam alternativas para obter sucesso em suas carreiras. Um entrevistado elucida esse ponto:

Eu sempre tive que buscar me antecipar aos problemas, quando no meu primeiro emprego percebi que se fizesse só o que me mandavam, jamais iria crescer, pois em condições normais sempre iriam escolher quem se adaptava melhor ao padrão da empresa (RP02).

Mediante as entrevistas, pode-se observar que a forma como é enxergado à busca pelo sucesso vai além de uma realização material ou pessoal, serve como uma barreira para o preconceito, uma forma de proteção que essas minorias enxergam. Dessa forma, se manter a frente do preconceito, agindo com proatividade, é tratado como uma forma de atingir esse sucesso.

Inovação: No que se refere à inovação no contexto LGBT, este estudo questionou como os entrevistados geriam a inovação em seus negócios, se consideravam que seus produtos e serviços se destacavam dos demais, incentivando a apresentação de exemplos e se de alguma forma ser LGBT afetou essa visão de inovação.

Em geral os respondentes foram unânimes ao considerarem a inovação como uma peça fundamental para os seus negócios. Além disso, todos citaram que buscas sempre inovações a fim de melhorarem seus desempenhos. Como exemplo, o respondente RP05 diz:

Sempre procuro ter o diferencial, a forma de atendimento e inovação. Um exemplo na minha área de arquitetura, utilizamos a realidade virtual atualmente, algo inovador

no mercado. Claramente eu enxergo a inovação como uma forma de atingir os objetivos e me destacar, até pelo fato de estar acostumado a vencer barreiras e preconceitos com relação a minha sexualidade (RP05).

Uma forma de entender como essa minoria lida com as dificuldades e conseguem enxergar nelas uma forma de se energizar, o entrevistado RP02, que diz:

Normalmente os gays sofrem preconceito desde a família, o que faz com que tenha que se emancipar mais cedo na vida, tendo que correr atrás de trabalho, ser independente desde cedo. Esse contexto faz com que as características de inovação apareçam desde cedo, por ser uma necessidade (RP02).

Entende-se nessa fala que para essa minoria, a necessidade de se destacar para além das barreiras de preconceito, fazem com que características como inovação sejam desenvolvidas.

4.4. Proposta de um modelo conceptual

Com base nos resultados advindos das entrevistas com os seis empresários LGBT, verificou-se que essa minoria enxerga e vivencia os antecedentes da orientação empreendedora individual (OEI), influenciada pelo contexto de marginalização que estão inseridos e os impactos desse fenômeno nas escolhas de vida e carreira profissional. Dessa forma, o presente estudo propõe o seguinte modelo e consequentes proposições de investigação (Figura 1).

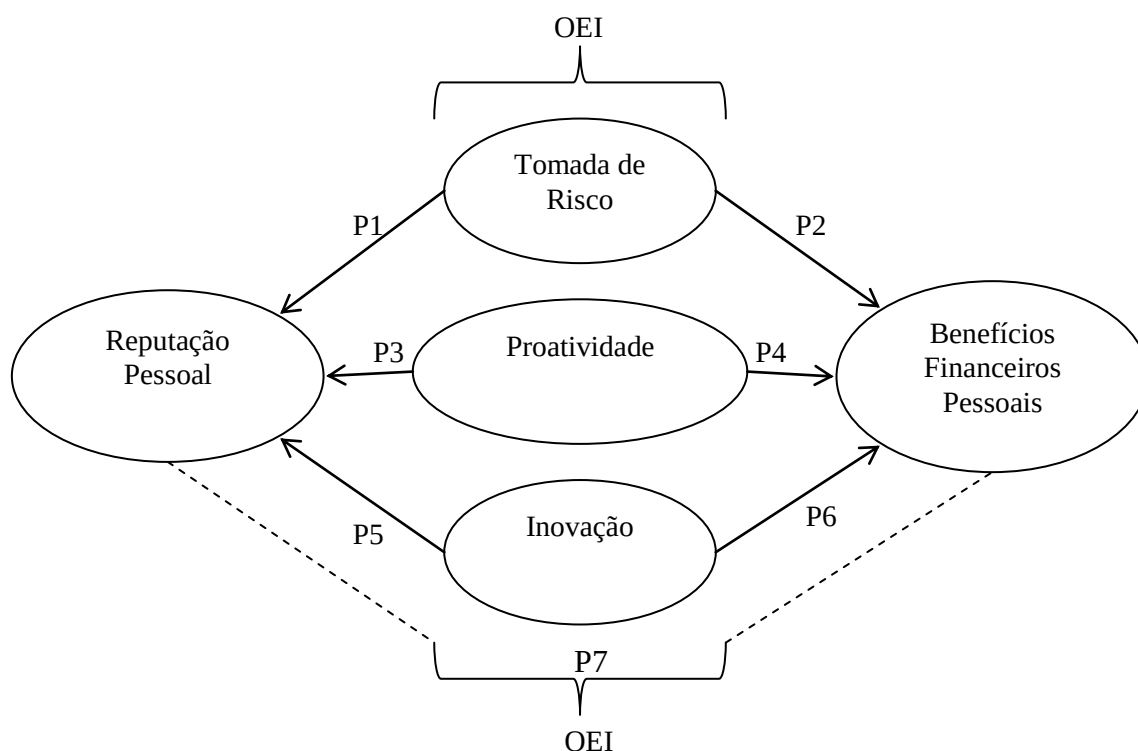


Figura 1 – Modelo Conceptual de OIE no Contexto LGBT

A fim de fundamentar as proposições do modelo, tomou-se como base a literatura existente sobre a orientação empreendedora individual (OEI) (Popov, 2019), a *performance* percebida dos empreendedores (PPE) (Strese *et al.*, 2018) e a análise das entrevistas realizadas neste estudo. De forma detalhada, para as variáveis independentes, foram considerados os três antecedentes da OEI: tomada de risco, proatividade e inovação. Para as variáveis dependentes, foram adotadas duas variáveis da PPE: a reputação pessoal e os benefícios financeiros pessoais.

Strese *et al.* (2018) apresentam quatro itens para medir a PPE: benefícios financeiros pessoais, reputação pessoal, benefícios dos empregados e persistência do objetivo da empresa. Contudo, optou-se por selecionar somente os dois primeiros itens, por serem os que se enquadram na temática deste estudo. Os benefícios financeiros pessoais são importantes ao longo de toda a jornada do empreendedor, sendo para aquisição de bens, investimentos, alocação de recursos em melhorias, etc. Por outro lado, a reputação é algo que motiva muitos empreendedores, o ego assume um protagonismo na carreira do indivíduo, fazendo com que essa variável seja, em alguns casos, mais saliente à decisão dos empreendedores de iniciar um empreendimento do que à obtenção de riqueza (Strese *et al.*, 2018; Amit *et al.*, 2001).

Ao relacionar esses conceitos e com base nos relatos demonstrados, entende-se que no contexto de minorias LGBT, os empreendedores que possuem ou desenvolvem as dimensões da OIE em seus negócios, podem gerar diversos benefícios (Popov, 2019; Kollmann *et al.*, 2017). Contudo, mesmo que muitas vezes no mundo dos negócios possa-se resumir o sucesso como resultado financeiro, para essas minorias pode ser mais que isso, eles demonstraram nas entrevistas uma real preocupação com a percepção do sucesso que terceiros tem de si mesmos, ou seja, terem uma reputação de prestígio em meio à sociedade como uma forma de afirmação e aceitação da sua sexualidade (Gallway, 2011). Dessa forma, apresentam-se as primeiras seis proposições deste estudo:

Proposição 1: *Os empreendedores LGBT que tomam risco em seus negócios, aumentam as chances de obterem altos níveis de reputação pessoal.*

Proposição 2: *Os empreendedores LGBT que tomam risco em seus negócios, aumentam as chances de obterem altos níveis de benefícios financeiros.*

Proposição 3: *Os empreendedores LGBT que tomam atitudes proativas em seus negócios, aumentam as chances de obterem altos níveis de reputação pessoal.*

Proposição 4: *Os empreendedores LGBT que tomam atitudes proativas em seus negócios, aumentam as chances de obterem altos níveis de benefícios financeiros.*

Proposição 5: *Os empreendedores LGBT que tomam atitudes inovadoras em seus negócios, aumentam as chances de obterem altos níveis de reputação pessoal.*

Proposição 6: *Os empreendedores LGBT que tomam atitudes inovadoras em seus negócios, aumentam as chances de obterem altos níveis de benefícios financeiros.*

Para além das seis proposições que sugerem o impacto positivo que as dimensões da OEI podem ter na PPE, entende-se que para essa minoria os ganhos de reputação tendem a ser percebidos como algo de maior valor para os mesmos. Em diversos relatos evidenciados neste estudo, foi possível identificar o quanto essa busca pelo sucesso está relacionada com a sexualidade dos indivíduos pesquisados, uma vez que enxergam tal ganho como um escudo para o preconceito e discriminação que vivenciaram, muitas vezes desde a infância (Gallway, 2011; Kirty, 2006). Dessa forma, propõe-se a última proposição deste estudo, comparando o impacto das dimensões da OEI nas duas variáveis da PPE.

Proposição 7: Os impactos dos antecedentes da orientação empreendedora individual de empreendedores LGBT, serão maiores na reputação pessoal se comparado com os impactos nos benefícios financeiros.

5. Conclusões

O presente estudo contribui com a literatura de empreendedorismo, mais especificamente no empreendedorismo de minorias, ao abordar um público pouco explorado, as minorias LGBT. Esse grupo tem sido importante para o crescimento de economias de nicho e entender os motivos que os levam a empreender poderá ser usado em estudos futuros, assim como sua orientação empreendedora e o contexto em que essas minorias estão inseridas.

Com base nos resultados, foi possível identificar que o ambiente socrionormativo das empresas ainda é sentido como um ambiente de preconceito e que a falta de adaptação para com as diferenças fazem com que gays e lésbicas optem por empreender, como uma alternativa com maior flexibilidade e autonomia. Além disso, avança ao tratar a identidade dos indivíduos, que relataram uma correlação entre a sua aceitação como homossexual e a coragem de empreender e assumir riscos ou buscar seus desejos de carreira. Como outro resultado, avança ao dar luz a uma perspectiva de sucesso vista por outros olhos, indo além do status ou ganhos materiais e sim como uma barreira ao preconceito que minorias vivenciam ao longo da vida profissional. Em outras palavras, demonstram que o reconhecimento e reputação são a chave para se distanciarem do contexto de discriminação e preconceito. Por fim, avança ao propor um modelo conceptual análise, desenvolvendo sete proposições que podem servir como base para estudos futuros.

Contudo, o presente estudo possui algumas limitações que podem ser exploradas por estudos futuros. Em primeiro lugar, estudos futuros podem incorporar o estudo, buscando um número maior de respondentes e tentando dividir em gays, lésbicas e transexuais, para ver se há diferença entre eles. Outro ponto que pode ser abordado em estudos futuros é usar uma análise quantitativa, a fim de testar a orientação empreendedora (OE) dessas minorias, fazendo com que os resultados possam ser testados estatisticamente. Outra possibilidade é testar o modelo conceptual proposto e verificar se as proposições apresentadas são estatisticamente suportadas. Por fim, estudos futuros podem analisar o impacto em longo prazo do empreendedorismo nesses grupos, realizando um estudo longitudinal.

6. Referências

- Adom, K. (2014), "Beyond the marginalization thesis: an examination of the motivations of informal entrepreneurs in sub-Saharan Africa: insights from Ghana", *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, Vol. 15 No. 2, pp. 113-25.
- Amit, R., Mac Crimmon, K. R., Zietsma, C., & Oesch, J. M. (2001). Does money matter?: Wealth attainment as the motive for initiating growth-oriented technology ventures. *Journal of business venturing*, 16(2), 119-143.
- Arnold, J. E. (1995). Social inequality, marginalization, and economic process. In T. D. Price & G. M. Feinman (Eds.) *Foundations of social inequality* (pp. 87-103). New York: Plenum
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education+ Training*, 54 (2/3), 219-2.
- Boyd, R. L. (2018). Self-Employment or Government Work? Blacks' and Whites' Responses to Long-Term Joblessness during the Great Depression. *Sociological Focus*, 51(2), 150-167.
- Brennan, J., Kuhns, L. M., Johnson, A. K., Belzer, M., Wilson, E. C., Garofalo, R., & Adolescent Medicine Trials Network for HIV/AIDS Interventions. (2012). Syndemic theory and HIV-related risk among young transgender women: the role of multiple, co-occurring health problems and social marginalization. *American journal of public health*, 102(9), 1751-1757.
- Colgan, F., Creegan, C., Mc Kearney, A., & Wright, T. (2007). Equality and diversity policies and practices at work: lesbian, gay and bisexual workers. *Equal Opportunities International*, 26(6), 590-609.
- Correia, N., & Kleiner, B. H. (2001). New developments concerning sexual orientation discrimination and harassment. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 21(8/9/10), 92-100.
- Deakins, D., Ishaq, M., Smallbone, D., Whittam, G., & Wyper, J. (2007). Ethnic minority businesses in Scotland and the role of social capital. *International Small Business Journal*, 25(3), 307-326.
- Degennaro, Matt P., Wright, Chris W., & Panza, Nancy Ryba (2016). Measuring Entrepreneurial Orientation in an assessment center: An individual level-of-analysis study. *The Psychologist-Manager Journal*, 19 (1), 1-22.
- Ferreira, A. F., Jalali, M., Bento, P., Marques, C., & Ferreira, J. (2017). Enhancing individual entrepreneurial orientation measurement using a metacognitive decision making-based framework. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13 (2), 327-346.
- Gacilo, J., Steinheider, B., Stone, T. H., Hoffmeister, V., Jawahar, I. M., & Garrett, T. (2018). The double-edged sword of having a unique perspective: Feelings of discrimination and

perceived career advantages among LGBT employees. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 37(3), 298-312.

Galloway, L. (2012). The experiences of male gay business owners in the UK. *International Small Business Journal*, 30(8), 890-906.

Gardberg, N. A., & Newburry, W. (2013). Who boycotts whom? Marginalization, company knowledge, and strategic issues. *Business & Society*, 52(2), 318-357.

Gorman-Murray, A., & Nash, C. (2017). Transformations in LGBT consumer landscapes and leisure spaces in the neoliberal city. *Urban Studies*, 54(3), 786- 805.

Jones, T., Ram, M., Edwards, P., Kiselinchev, A., & Muchenje, L. (2012). New migrant enterprise: Novelty or historical continuity? *Urban Studies*, 49(14), 3159- 3176.

Kallmuenzer, A., Kraus, S., Peters, M., Steiner, J., & Cheng, C-F. (2019). Entrepreneurship in tourism firms: A mixed-methods analysis of performance driver configurations. *Tourism Management*, 74, 319-330.

Kirby, S. (2006). American gay and lesbian student leaders' perceptions of job discrimination. *Equal Opportunities International*, 25(2), 126–140.

Kite, M. E., & Bryant-Lees, K. B. (2016). Historical and contemporary attitudes toward homosexuality. *Teaching of Psychology*, 43(2), 164-170.

Kollmann, T., Stöckmann, C., Meves, Y., & Kensbock, J. (2017). When members of entrepreneurial teams differ: linking diversity in individual-level entrepreneurial orientation to team performance. *Small Business Economics*, 48 (4), 843-859.

Liberato, P., Liberato, D., Abreu, A., Alén, E., & Rocha, Á. (2018, March). LGBT Tourism: The Competitiveness of the Tourism Destinations Based on Digital Technology. In *World Conference on Information Systems and Technologies* (pp. 264- 276). Springer, Cham.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.

Meyer, I. H. (2016). Does an improved social environment for sexual and gender minorities have implications for a new minority stress research agenda?. *Psychology of sexualities review*, 7(1), 81

Miller, D. (2011). Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(5), 873-894.

Nam Cam Trau, R., & Härtel, C. E. (2004). One career, two identities: an assessment of gay men's career trajectory. *Career development international*, 9(7), 627-637.

OJO, Sanya; NWANKWO, Sonny; GBADAMOSI, Ayantunji. Ethnic entrepreneurship: the myths of informal and illegal enterprises in the UK. *Entrepreneurship & Regional Development*, v. 25, n. 7-8, p. 587-611, 2013.

- Pio, E., & Dana, L. P. (2014). An empirical study of Indian entrepreneurs in Christchurch, New Zealand. *International journal of entrepreneurship and small business*, 22(1), 17-35.
- Pisani, M. J., Guzman, J. M., Richardson, C., Sepulveda, C., & Laulié, L. (2017). Small business enterprises and Latino entrepreneurship: An enclave or mainstream activity in South Texas? *Journal of International Entrepreneurship*, 15(3), 295-323.
- Plöderl, M., & Tremblay, P. (2015). Mental health of sexual minorities. A systematic review. *International review of psychiatry*, 27(5), 367-385.
- Popov, B., Varga, S., Jelić, D., & Dinić, B. (2019). Psychometric evaluation of the Serbian adaptation of the individual entrepreneurial orientation scale. *Education+ Training*, 61(1), 65-78.
- Rumens, N., & Kerfoot, D. (2009). Gay men at work:(Re) constructing the self as professional. *Human Relations*, 62(5), 763-786.
- Schumpeter, J. (1942). Creative destruction. *Capitalism, socialism and democracy*, 825, 82-85.
- Shelton, L. M., & Minniti, M. (2018). Enhancing product market access: Minority entrepreneurship, status leveraging, and preferential procurement programs. *Small Business Economics*, 50(3), 481-498.
- Strese, S., Gebhard, P., Feierabend, D., & Brettel, M. (2018). Entrepreneurs' perceived exit performance: Conceptualization and scale development. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 351-370.
- Valdez, Z. (2016). Intersectionality, the household economy, and ethnic entrepreneurship. *Ethnic and Racial Studies*, 39(9), 1618–1636.
- Williams, C. C., & Horodnic, I. A. (2015). Rethinking the marginalisation thesis: an evaluation of the socio-spatial variations in undeclared work in the European Union. *Employee Relations*, 37(1), 48-65.
- Williams, C. C., & Horodnic, I. A. (2015). Self-employment, the informal economy and the marginalisation thesis: some evidence from the European Union. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(2), 224-242.
- Worthen, M. G., Lingardi, V., & Caristo, C. (2017). The roles of politics, feminism, and religion in attitudes toward LGBT individuals: A cross-cultural study of college students in the USA, Italy, and Spain. *Sexuality Research and Social Policy*, 14(3), 241-258.